

Структури підтримки малого підприємництва регіонального рівня мають стимулювати його переорієнтацію з переважно торгово-посередницької діяльності на виробництво найбільш необхідних товарів і послуг, розвиток діючих кооперативних зв'язків, у тому числі з великими підприємствами, на активну експортну діяльність і т.ін.

Формування ринкової інфраструктури повинно здійснюватися у двох взаємозалежних напрямках: а) створення нових і б) залучення діючих на території округу організацій, які поставляють малим підприємствам фінансово-кредитні, майнові ресурси, надають інформаційно-консультаційні послуги, здійснюють підготовку кадрів тощо. Діяльність їх має орієнтуватися на реалізацію першочергових програм розвитку малого підприємництва.

1.Зотов В.В. Концепция социально-экономического развития административного округа: цели, задачи, проблемы формирования. – М., 1993.

2.Лексин В.Н., Швецов А. Приоритеты региональной политики: Вопросы методологии анализа и оценок // Российский экономический журнал. – 1995. – №2. – С.22-31.

3.Основы местной экономической политики (опыт европейских городов). / Науч. отчет В.С. Нихаревич. – СПб.: Международная программа "Евроград – XXII": ТОО "Институт Евроград", 1993.

4.Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993. – 895 с.

5.Яременко В.А., Рассадин В.Н. Ипостаси конверсии // Эко. – 1993. – №12.

6.Яшкин Н.Н. Развитие организационно-экономических отношений управления регионом в условиях перехода к рыночной экономике. – М., 1992.

Отримано 04.10.2001

УДК 658.012.4:339.137.2

Н.А.ДРОБИТЬКО

Харьковский государственный экономический университет

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Разработана схема оценки конкурентоспособности предприятия по основным характеристикам его деятельности. Предложена методика анализа конкурентоспособности предприятия, основанная на комплексном использовании существующих методов ее оценки.

Анализ существующих методов оценки конкурентоспособности предприятия показал, что необходимо их совершенствование, расширение и углубление, разработка новых методов и методик, способствующих более полному и детальному исследованию как конкурентоспособности продукции предприятия, так и его производственно-хозяйственной деятельности [1, 3].

Предлагаемая методика комплексной оценки объектов конку-

рентной среды предусматривает применение различных методов оценки конкурентоспособности предприятия [2]. Так, при расчете конкурентоспособности продукции был использован метод "профилей" для выбора характеристик ее анализа, а также метод, основанный на теории качества, для сравнения своей продукции и аналогичной продукции конкурентов по определенным параметрам. Применение интегрального метода предполагает комплексный подход к оценке конкурентоспособности, при котором производится расчет интегрального показателя оценки конкурентоспособности по сравнению с конкурентами в виде результирующей матрицы с учетом внутренней и внешней значимости используемых характеристик. Для анализа конкурентоспособности предприятия в целом применяется метод, основанный на теории сравнительных преимуществ, с целью сопоставления показателей конкурентоспособности продукции и производственно-хозяйственной деятельности предприятия с аналогичными показателями конкурентов за тот же период.

Сущность этой методики состоит в том, что на основе комплексной значимости, включающей внутреннее (функциональное) и внешнее (объективное) значение каждой из характеристик, описывающих объекты конкурентной среды, которыми являются исследуемые предприятия, матрица безразмерных показателей характеристик преобразуется в результирующую матрицу, показывающую конкурентоспособность каждого предприятия. Набор характеристик, адекватно отражающих изучаемый процесс, приведен на рисунке.

Методика оценки конкурентоспособности предприятия предусматривает прежде всего расчет конкурентоспособности его продукции, которая является одним из важнейших факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия, и отражает степень соответствия выпускаемой продукции конкретной рыночной потребности и затратам потребителя. Однако недостаточно, имея конкурентоспособную продукцию, обеспечить себе устойчивый конкурентный статус. Поэтому при определении конкурентоспособности предприятия конкурентоспособность продукции является лишь одной из характеристик, отражающих его деятельность. При оценке конкурентоспособности предприятия были использованы также такие характеристики, отражающие его производственно-хозяйственную деятельность, как рыночная активность и собственные возможности предприятия. Рыночная активность характеризует положение предприятия на рынке: его поведение в изменяющихся условиях внешней среды, прибыль, объем реализации выпускаемой продукции, финансовые результаты функционирования на рынке, а также среднюю долю рынка, определяемую

как среднее значение удельного веса выпускаемой продукции в натуральных единицах измерения по каждому ее виду. Показатель собственных возможностей отражает стратегический потенциал – обеспеченность предприятия различными видами ресурсов, а также свидетельствует, насколько предприятие зависит от кредиторов, в том числе от банковских кредитов.

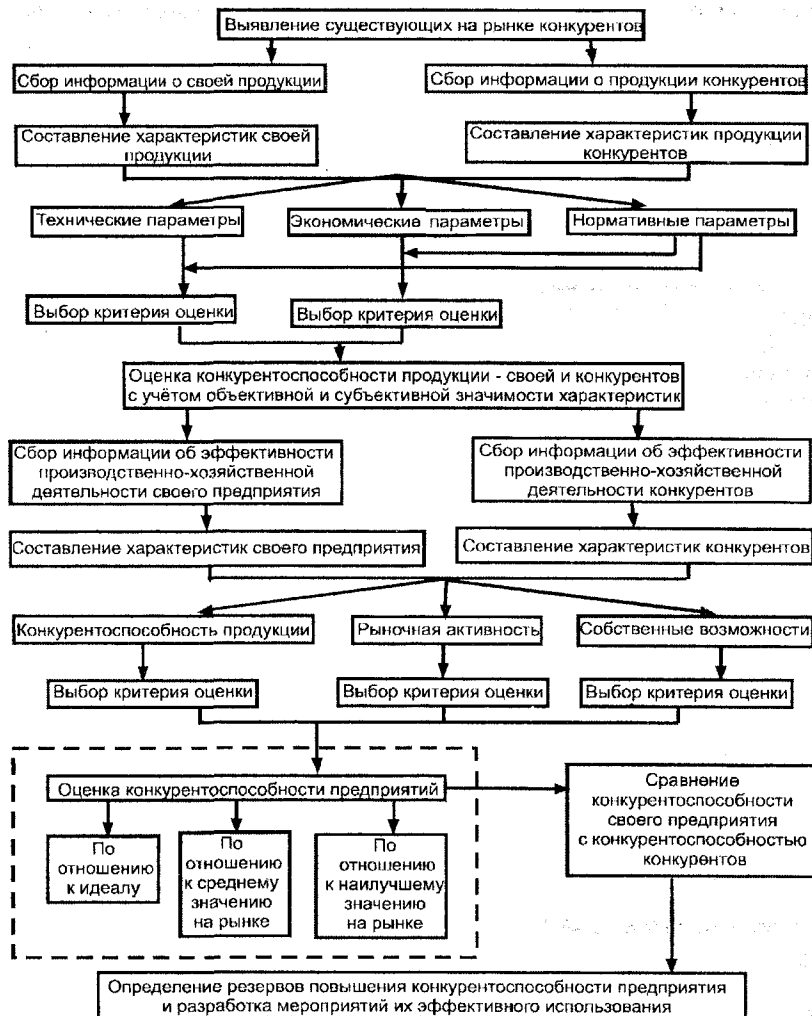


Схема оценки конкурентоспособности предприятия

Представленная методика в первую очередь предусматривает оценку конкурентоспособности продукции предприятий, являющихся конкурентами на рынке. Для уменьшения объемов расчета предполагается всю выпускаемую предприятиями продукцию разбить на группы и по каждой группе составить ряд характеристик продукции, которые будут оценены в соответствии с предлагаемой методикой по критерию наилучшего минимального или максимального значения с учетом внутренней и внешней значимости каждой из характеристик с точки зрения потребителя. Наиболее конкурентоспособной будет считаться продукция того предприятия, у которого наивысшая комплексная оценка. Определив конкурентоспособность каждой группы продукции, можно установить конкурентоспособность всего ассортимента продукции, выпускаемой предприятием. Конкурентоспособность продукции в целом по предприятию рассчитывается в зависимости от долевого вклада каждой группы производимой и продаваемой продукции в выручку от ее реализации и, соответственно, от уровня конкурентоспособности группы.

Если необходимо определить не только конкурентоспособность продукции, но и конкурентоспособность предприятия, то составляется перечень характеристик для оценки конкурентоспособности предприятия, а рассчитанная ранее конкурентоспособность продукции будет одной из основных характеристик конкурентоспособности предприятия наряду с рыночной активностью и его собственными возможностями (см. рисунок). Таким образом, применив еще раз методику комплексной оценки объектов конкурентной среды и приняв в качестве объекта исследования уже не конкурентоспособность продукции, а предприятия в целом, в результате проведенных расчетов можно получить комплексную оценку конкурентоспособности каждого предприятия, определить, конкурентоспособно ли оно и насколько далеко его положение от идеального и среднего на рынке.

Методику комплексной оценки объектов конкурентной среды рассмотрим на примере определения конкурентоспособности продукции по группе "Стеновые материалы" промышленных предприятий строительной отрасли Полтавской области за 2000 год.

В соответствии с этой методикой выбирают набор однотипных объектов (предприятий, которые функционируют на рынке с однородной продукцией и являются конкурентами между собой), в отношении которых будет производиться оценка конкурентоспособности их продукции по каждой ее группе. Составляется перечень общих для всех объектов характеристик продукции, с помощью которых можно однозначно ее описать. В группу "Стеновые материалы" включена сле-

дующая продукция предприятий: камни бетонные стеновые, стеновые панели и блоки, блоки стеновые подвальные, керамзитовые блоки и другая продукция, измеряемая тыс. шт. усл. кирпича. Согласно нормативным документам (ГОСТ 25485-82 и СНиП 2.03.01-84) основными показателями продукции этой группы являются класс по прочности на сжатие, марка по средней плотности и марка по морозостойкости, отражающая максимальное количество циклов попеременного замораживания и оттаивания изделия. Были также использованы другие физико-механические показатели, такие как линейная усадка, отпускная влажность и теплопроводность как важные характеристики стеновых материалов. Количественные значения выбранных характеристик заносим в матрицу натуральных показателей в форме табл.1, которая представляет собой таблицу исходных данных.

Таблица 1 – Матрица натуральных показателей характеристик продукции (стеновые материалы) конкурентов

Предприятия-конкуренты	Характеристики						
	средняя плотность, кг/м³	прочность, МПа	морозостойкость, кол. циклов	линейная усадка, мм/м	отпускная влажность, %	теплопроводность, ккал/мч.°С	цена 1 тыс. шт. усл. кирпича, грн.
1. ОАО "Керамик", г.Полтава	1100	10,00	25	0,32	20	1,00	98,0
2. Лубенский комбинат стройматериалов, с.Засулье	1200	11,25	35	0,60	27	1,12	244,7
3. ОАО "Козельщинский завод керамзитового гравия"	800	9,55	50	0,35	25	0,75	1236,0
4. КЧСФ "Приватстрой", г.Кременчуг	950	10,25	35	0,39	14	0,92	220,5
5. ОАО "Полтавский завод ЖБИ", с.Розсошненцы	900	10,00	30	0,40	25	0,80	309,5

В связи с тем, что характеристики в табл.1 имеют различные единицы измерения, необходимо матрицу натуральных показателей преобразовать в матрицу безразмерных показателей, приведенную в табл.2. Для этого в зависимости от того, какое значение характеристики является оптимальным (минимальное или максимальное), используют формулы

$$\bar{x}_{ij} = \frac{x_{ij}^{(\min)}}{x_{ij}} \quad (1)$$

или

$$\bar{x}_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_{ij}^{(\max)}}, \quad (2)$$

где $x_{ij}^{(\min)}$ — абсолютно лучшее значение характеристики — минимальное значение; x_{ij} — значение характеристики; $x_{ij}^{(\max)}$ — абсолютно лучшее значение характеристики — максимальное значение.

Смысл этого преобразования следующий: чтобы наилучшее значение каждой из характеристик всегда было равно 1.

Таблица 2 — Матрица безразмерных показателей

Конку- ренты	Характеристики							Сумма значений характери- стик
	плот- ность	проч- ность	морозо- стой- кость	усадка	влаж- ность	тепло- провод- ность	цена	
1	0,9167	0,8889	0,5000	1	0,7000	0,7500	1	5,7556
2	1	1	0,7000	0,5333	0,5185	0,6696	0,4005	4,8219
3	0,6667	0,8489	1	0,9143	0,5600	1	0,0793	5,0692
4	0,7916	0,9111	0,7000	0,8205	1	0,8152	0,4444	5,4828
5	0,7500	0,8889	0,6000	0,8000	0,5600	0,9375	0,3166	4,8530
Итого:	4,1250	4,5378	3,5000	4,0681	3,3385	4,1723	2,2408	

Если не учитывать значимость каждой из характеристик, то в результате расчета матрицы (табл.2) можно оценить степень конкурентоспособности продукции, просуммировав построчно значения характеристик. Как видим, наиболее конкурентоспособна продукция предприятия ОАО "Керамик", г.Полтава.

С целью выяснения значимости каждой из характеристик для всех предприятий используют формулу для определения долевого вклада каждой из характеристик (табл.3):

$$F_{ij} = \frac{\bar{x}_{ij}}{\sum_{i=1}^n \bar{x}_{ij}} \quad (3)$$

Таблица 3 – Долевой вклад каждого предприятия

Конку- ренты	Характеристики						
	плот- ность	проч- ность	морозо- стойкость	усадка	влаж- ность	теплопро- водность	цена
1	0,2223	0,1959	0,1429	0,2458	0,2097	0,1798	0,4463
2	0,2424	0,2204	0,2000	0,1311	0,1553	0,1605	0,1787
3	0,1616	0,1875	0,2857	0,2247	0,1677	0,2397	0,0354
4	0,1919	0,2007	0,2000	0,2017	0,2995	0,1954	0,1983
5	0,1818	0,1959	0,1714	0,1967	0,1678	0,2246	0,1413
Итого:	1	1	1	1	1	1	1

На основании рассчитанного долевого вклада каждой из характеристик определяют внутреннюю (функциональную) значимость (табл.4):

$$\bar{d}_j = \frac{d_j}{\sum_{j=1}^n d_j}; \quad (4)$$

$$d_j = 1 - E_j; \quad (5)$$

$$E_j = -\frac{1}{\ln N} \sum_{i=1}^n (F_{ij} \ln F_{ij}), \quad (6)$$

где \bar{d}_j – внутренняя (функциональная) значимость каждой из рассматриваемых характеристик; E_j – энтропия (упорядочивание); N – количество анализируемых предприятий; F_{ij} – долевой вклад каждого предприятия в определенной характеристике.

Таблица 4 – Определение внутренней значимости характеристик

Характеристики продукции	Энтропия (упорядочивание), E_j	$1 - E_j$	Значимость
Плотность	0,99355	0,00645	0,0316
Прочность	0,99906	0,00094	0,0047
Морозостойкость	0,98298	0,01702	0,0834
Усадка	0,98763	0,01237	0,0606
Влажность	0,97975	0,02025	0,0993
Теплопроводность	0,99351	0,00649	0,0318
Цена	0,85956	0,14044	0,6886
Сумма		0,20396	1

При наличии оснований для определения субъективной (внеш-

ней) оценки значимости используют либо методику экспертного опроса, согласно которой в результате опроса экспертов ранжируются факторы и устанавливается весовое значение каждого из них, либо метод парных сравнений, для которого строится квадратная матрица с размерами, равными количеству характеристик, где производится сравнение каждой характеристики со всеми остальными (2 – если оцениваемая характеристика более важная, чем противопоставляемая ей; 1 – если характеристики одинаковые по важности; 0 – если оцениваемая характеристика менее важна).

Выбрав для оценки внешней значимости метод парных сравнений (табл.5), можно проверить правильность построения матрицы по формуле

$$\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^m = j^2 - j, \quad (7)$$

где j – количество анализируемых характеристик,

$$\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^m = 7^2 - 7 = 49 - 7 = 42 ,$$

а также определить субъективную значимость характеристик:

$$g_j = \frac{\sum_{j=1}^m}{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^m} . \quad (8)$$

Таблица 5 – Определение внешней значимости характеристик по методу парных сравнений

Характеристики	Характеристики							Сумма	Значимость
	плотность	прочность	морозостойкость	усадка	влажность	теплопровод.	цена		
Плотность	–	0	1	2	2	1	1	7	0,1667
Прочность	2	–	2	2	2	1	1	10	0,2381
Морозостойкость	1	0	–	2	2	1	0	6	0,1428
Усадка	0	0	0	–	1	0	0	1	0,0238
Влажность	0	0	0	1	–	0	0	1	0,0238
Теплопроводность	1	1	1	2	2	–	0	7	0,1667
Цена	1	1	2	2	2	2	–	10	0,2381
Итого:								42	1

Для совместного учета внутренней и внешней значимости характеристик (табл.6) используют формулы

$$K_j = \frac{\bar{d}_j \bar{g}_j}{\bar{d}_j + \bar{g}_j}; \quad (9)$$

$$\bar{K}_j = \frac{K_j}{\sum K_j}. \quad (10)$$

При этом $\sum \bar{d}_j = 1$; $\sum \bar{g}_j = 1$; $\sum \bar{K}_j = 1$.

Таблица 6 – Определение комплексного показателя значимости характеристик

Характеристики	Внутренняя значимость	Внешняя значимость	Совместный учет значимости	Комплексный показатель
Плотность	0,0316	0,1667	0,0754	0,2024
Прочность	0,0047	0,2381	0,0046	0,0123
Морозостойкость	0,0834	0,1428	0,0527	0,1414
Усадка	0,0606	0,0238	0,0171	0,0459
Влажность	0,0993	0,0238	0,0192	0,0515
Теплопроводность	0,0318	0,1667	0,0267	0,0717
Цена	0,6886	0,2381	0,1769	0,4748
Итого:	1	1	0,3726	1

Окончательную комплексную оценку каждого предприятия определяют по формуле

$$O_k^{(i)} = \sum_{j=1}^m K_j \bar{x}_{ij}. \quad (11)$$

Результатом расчетов является результативная матрица, представленная в табл.7, которая характеризует конкурентоспособность продукции всех предприятий, действующих на рынке, и показывает, насколько далеко положение продукции каждого производителя от идеального продукта, а также от наилучшего на рынке.

Таким образом определяют конкурентоспособность каждой группы производимой продукции по отношению к единице с учетом значимости характеристик, среднее значение конкурентоспособности каждой группы с целью влияния на общий уровень конкурентоспособности продукции путем изменения ассортимента, конкурентоспособность продукции по отношению к среднему значению на рынке, а также выявляются реальные конкуренты различных предприятий на рынке строительной продукции в зависимости от степени специализации их производства.

Таблица 7 – Конкурентоспособность продукции (стеновые материалы)

Конку- ренты	Характеристики							Конкурен- тоспособ- ность продукции
	плот- ность	проч- ность	морозо- стой- кость	усадка	влаж- ность	тепло- провод- ность	цена	
1	0,9167	0,8889	0,5000	1	0,7000	0,7500	1	1,3893
2	1	1	0,7000	0,5333	0,5185	0,6696	0,4005	0,9545
3	0,6667	0,8489	1	0,9143	0,5600	1	0,0793	0,7390
4	0,7916	0,9111	0,7000	0,8205	1	0,8152	0,4444	0,9956
5	0,7500	0,8889	0,6000	0,8000	0,5600	0,9375	0,3166	0,9216
Значи- мость	0,2024	0,0123	0,1414	0,0459	0,0515	0,0717	0,4748	

Разработанная методика оценки конкурентоспособности предприятий имеет широкие возможности для применения. Так, сопоставление достигнутого уровня рыночной активности, собственных возможностей, а также уровня конкурентоспособности продукции со средним, наилучшим и эталонным значениями на рынке позволяет установить задание по совершенствованию уровня отдельных показателей деятельности, способствующее более сбалансированному развитию предприятия по каждому фактору. Методика также предполагает, ввиду ограниченности информации о показателях деятельности конкурентов, использование в качестве характеристик, по которым проводится оценка конкурентоспособности предприятий, данных статистической отчетности и рассчитанных на их основе показателей. Она сложна тем, что требует объемных расчетов с целью достоверного отражения действительности, так как для этого недостаточно анализа одного вида продукции, а необходим анализ всей товарной массы. Представляет также сложность выбор одинаковых характеристик для всех объектов исследования, особенно при оценке конкурентоспособности продукции. Наряду с другими методами определения конкурентоспособности предприятий – методом на основе теории мультипликаторов, матричным методом, методом оценки конкурентоспособности предприятия с точки зрения производственного потенциала – предлагаемая методика характеризует конкурентоспособность предприятия статично, поэтому необходимы ее анализ в динамике (расчет за несколько периодов), прогнозирование и выявление возможных резервов.

1.Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики. – Харьков: ХГЭУ, 1997. – 246 с.

2.Дробитько Н.А. Анализ методов оценки конкурентоспособности предприятия // Коммунальное хозяйство городов: Науч.-техн. сб. Вып.31. К.: Техніка, 2001. – С.109-116.

3.Маренич А., Астахова И. Управление конкурентоспособностью предприятия // Бизнес-Информ. – 1996. – №5. – С.23.

Получено 21.08.2001